

**ГОРИНА Е. В.
ИГНАТЬЕВА А. В.**

Уральский федеральный университет

СЛУЧАИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБЩЕННОЙ ЛЕКСИКИ В МЕДИАТЕКСТАХ

Аннотация: Авторы тезисно излагают случаи употребления общенной лексики в медиатекстах. Особое внимание уделяется целям включения грубой лексики в современные публичные тексты. Кроме того, авторы предлагают несколько алгоритмов, объясняющих принцип использования нецензурных слов в медиа.

Ключевые слова: мат, видеоинтервью, интервью, общенная лексика, медиатекст, матерная лексика, блогосфера.

**GORINA E. V.
IGNATIEVA A. V.**

THE CASES OF USE OF OBSCENE LANGUAGE IN MEDIA TEXTS

Abstract: The authors present cases of using obscene vocabulary in media texts. Special attention is paid to the purpose of including coarse language in modern public texts. In addition, the authors offer several algorithms that explain the principle of using obscene words in the media.

Keywords: obscenities, video interview, interview, obscene language, media text, blogosphere.

Современные медиа демонстрируют склонность к упрощению речи. Это проявляется в тенденции к сокращению объемов текстов, в переходе на устно-письменный язык в интернете, в снижении контроля за грамотностью. Нельзя не заметить свободное употребление табуированной лексики в современных медиатекстах. Границы использования мата в видеоинтервью, подкастах, текстах СМИ, соцсетях и т. д. стали очень широкими. Если ранее цензура полностью запрещала мат в публичной коммуникации, то теперь мы говорим о снисходительном отношении к нецензурным словам и даже об их особой популярности. Назовем некоторые основания проникновения ненормативной лексики тексты массовой коммуникации.

Разумеется, мы не считаем употребление матерных слов новым явлением: «использование языка в социальной жизни человека всегда содержит определенный потенциал “естественной” оскорбительности» [1, с. 5]. История знает примеры того, как писатели и поэты использовали в своих произведениях инвективную лексику.

ку (вспомним некоторые стихи Пушкина, Баркова, Маяковского, Есенина). Однако все это была авторская смелость, ограниченная строгой цензурой. Мат считался низким и табуированным. Сегодня ограничения, которые ранее накладывались на грубые слова и выражения, стали значительно мягче.

Согласно исследованиям Н. Р. Москвиной [4], основными носителями матерного языка являются молодые люди от 18 до 25 лет. Это не значит, что молодежь поголовно использует в повседневной жизни мат. Но, по мнению исследователя, молодежь придумывает новые словоформы и расширяет количество ситуаций использования табуированной лексики. Именно молодые люди активны в интернете, именно они создают мегапопулярные блоги, подкасты, проводят журналистские расследования и т. п. Тот факт, что в журналистских публикациях активно стала использоваться обценная лексика, на наш взгляд, говорит об обесценивании журналистской работы. Конечно, К. Саган прав, говоря, что «научный метод требует, чтобы мы признавали факты, даже если они противоречат нашим ожиданиям [5, с. 55]. Поэтому мы решили разобратся, в каких случаях матерные слова становятся частью медиатекста.

Мы исследовали материалы ряда информационных агентств России («URA.RU», РИА «Новости», «Интерфакс»), выпуски YouTube канала «ВДудь» (10 видеоинтервью), материалы блога Сергея Шнурова на платформе Instagram (за 3 месяца), видеообращения Охххуmiron'a и его музыкальное творчество, а также ряд выпусков «Камеди клуб» на канале ТНТ. Наше исследование показало, что мат в современных медиа используется в следующих целях.

1. Для эпатажа, самовыражения, поддержки личного имиджа автора или имиджа издания. Например, для Сергея Шнурова мат — неотъемлемая часть образа.

2. С целью почувствовать свободу. Мат в этом случае — отражение внутреннего состояния говорящего, желающего показать себя с более эффектной стороны. Об этом, например, на странице в «Фэйсбук» заявил создатель известного обучающего детского приложения «Сказбука» Кеша Скирневский: *«Так, ребят, с этого дня в моём "Фейсбуке" появляется мат. Я его легализовал у себя в семье, у себя на работе. Теперь вы на очереди. Следующий период моей жизни идёт на другой скорости. Все мои достижения в прошлом окажутся никчемными по сравнению с тем, что я сделаю в этом году. И упускать возможность получить дополнительные силы от использования мата я больше не буду. Так что подписывайтесь на**й, если для вас это неприемлемо».*

3. Мат — это способ стать «своим», маркер принадлежности к определенной группе. Современные рэперы активно употребляют обценную лексику, и тем, кто хочет войти в список популярных исполнителей, приходится включать бранные слова в тексты.

4. Ругань как реакция на определенные обстоятельства (выражение эмоций в случае крайнего раздражения, разочарования, обиды и т. п.).

5. Нецензурная лексика проникает в журналистский текст с цитатой. Журналисты охотно берут грубые посты звезд из соцсетей или цитируют смелые высказывания политиков. Например, певица Слава крайне грубо высказалась о ямальных дорогах, по которым ей пришлось ехать несколько часов на концерт. Выразительную цитату не могли пропустить журналисты. Конечно, на видео, по-

павшем в СМИ, мат был скрыт гудками, однако артикуляция певички и общий контекст позволяли зрителю восстановить все слова.

6. Мат — это способ троллинга в Сети, средство давления на эмоции оппонента, часто используется как речевая тактика ошеломляющей грубости.

7. Обценная лексика — это новый вид искренности, это способ расположить к себе собеседника, сделать разговор непринужденным и доверительным.

8. Ругань — это новый вид юмора. Обценная лексика часто выступает как средство выразительности.

Кто сегодня становится «законодателем моды на мат»? Во-первых, представители шоу-бизнеса (Шнуров, Собчак, Мирон Федоров и т. д.). Во-вторых, политики (Ройзман, Лавров, Мария Захарова, которая не использует мат, но грубые выражения в ее текстах есть, например, «скапитализдить», чья модель словообразования очень близка к матерной). В-третьих, медиаперсоны (Дудь, популярный канал Клик-Клак, представители Stand-up).

Проанализировав интервью Юрия Дудя, мы вывели алгоритмы включения обценной лексики в медиатекст. Заметим, что во всех случаях употребления / употребления мата создается благоприятный имидж для интервьюируемого (далее А) и интервьюера (далее В). Ведь если мат не используется, участников интервью зритель оценивает как людей, соблюдающих речевые нормы. Если же мат активен, то он позволяет создать иллюзию доверия, открытости, воспринимается аудиторией как новая искренность. К активному использованию обценной лексики А и В приходят, ориентируясь на тему интервью, имидж героя встречи и речевую лояльность аудитории. Также существует условная договоренность между беседующими: «если ты материшься, я тоже буду». Покажем алгоритмы [3], которые позволят понять, как мат появляется в интервью Юрия Дудя.

ЕСЛИ $A = A^2$, ТО $B = B^2$, ЕСЛИ $A = a$, ТО $B = b$. При этом А — интервьюируемый, В — интервьюер, A^2 — маркер с прецедентом «мат» в речи интервьюируемого, B^2 — маркер с прецедентом «мат» в речи интервьюера, a — прецедент без языкового маркера «мат» в речи интервьюируемого, b — прецедент без языкового маркера «мат» в речи интервьюера. По этому алгоритму, например, была построена беседа с Сергеем Шнуровым.

Если аудитория интервьюируемого приемлет использование обценной лексики, то интервьюируемый и интервьюер допускают использование обценной лексики. *ЕСЛИ AA^2 , ТО A^2 И B^2 , где A^{A^2}* — аудитория интервьюируемого с маркером «мат». Например, у рэп-исполнителя Александра Смирнова (GONE.Fludd) ядерная аудитория от 15 до 25 лет. В интервью Дудя с музыкантом встречается обценная лексика, поскольку аудитория благосклонна к такой лексике.

В выборе речевого поведения Дудя действует и обратный алгоритм: *ЕСЛИ Aa , ТО a И b* , где A^a — аудитория интервьюируемого без языкового маркера «мат», этот алгоритм работает в интервью Дудя с шоуменом Александром Цекало и журналистом Владимиром Познером. Поклонники этих героев беседы — люди от 30 до 55 лет, которые используют мат реже, чем молодежь, и считают обценную лексику запрещенной и низкой. В интервью, ориентированном на такую аудиторию, бранная лексика встречается крайне редко (Познер — ни разу, Цекало — меньше десяти случаев употребления).

ЛИТЕРАТУРА

1. Жельвис В. И. Инвективная стратегия как национально-специфическая характеристика / В. И. Жельвис // Этнопсихоллингвистика. — Москва: Наука, 1988.
2. Жельвис В. И. Слово и дело: юридический аспект сквернословия / В. И. Жельвис // Юрислингвистика-2. Русский язык в его естественном и юридическом бытии. — Барнаул, 2000. — С. 194–206.
3. Многомерность общества: человек в социальном взаимодействии. 2-й молодежный конвент: материалы международ. студ. конф. 29–31 марта 2018 года. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018.
4. Москвина Н. Р. Ненормативная лексика как социокультурная проблема современной молодежи / Н. Р. Москвина // Социокультурное развитие большого Урала: тренды, проблемы, перспективы: материалы юбилейной Всероссийской научно-практической конференции XX Уральские социологические чтения (Екатеринбург, 27-28 февраля 2015 г.). — Екатеринбург, 2015. — С. 306–310.
5. Саган К. Мир, полный демонов: Наука — как свеча во тьме / К. Саган. — Москва: Альпина нон-фикшн, 2018.